

PRESSEMITTEILUNG

„Und, was gibt's zu essen?“ iglo startet Kampagne für einen abwechslungsreichen Alltag

- Mit der emotionalen Kampagne „Und, was gibt's zu essen?“ adressiert iglo die emotionale Bedeutung des gemeinsamen Alltags und motiviert Verbraucher, positive Erlebnisse zu schätzen
- Die Aktivierung stellt die Menschen und das verbindende Element des gemeinsamen Essens in den Mittelpunkt und unterstützt mit Inspiration beim Kochen sowie Tipps im täglichen Leben
- Kern der Kampagne ist ein 30-sekündiger TV-Spot, der über soziale Medien, weitere digitale Umfelder sowie PR unterstützt wird

Hamburg, 6. April 2020 – Mit einer breit angelegten Kampagne unter dem Motto „Und, was gibt's zu essen?“ zeigt iglo, worauf es – gerade jetzt – wirklich ankommt: Zusammenhalt. Essen gilt nicht umsonst als "Balsam für die Seele" und so ist insbesondere die gemeinsame Mahlzeit in der Zeit des "social distancing" ein emotionaler Anker im Alltag.

Zusammen zu Hause, zusammen essen, zusammen lachen

Ein emotionaler TV-Spot zeigt mit Szenen des alltäglichen Lebens verschiedene Formen des Zusammenhalts in Zeiten von räumlicher Distanzierung. Jeder Einzelne zählt: Schon kleine Gesten halten die Stimmung zu Hause aufrecht und sorgen damit weiterhin für positive Momente. Die Kampagne soll zeigen, dass auch iglo in dieser herausfordernden Zeit einen wertvollen Beitrag beisteuern möchte und den Menschen zur Seite steht: Inspirierende Rezepte und motivierende Ideen helfen, wenn mal wieder die Frage im Raum steht „Und, was gibt's zu essen?“. „Vor allem in Krisenzeiten ist es besonders wichtig, über sein eigentliches Angebot hinauszudenken und Verbraucher genau dort zu unterstützen, wo sie im alltäglichen Leben besondere Wünsche oder gar Schwierigkeiten haben“, sagt Alfred Jansen, Leiter der Unternehmens- und Markenkommunikation bei iglo Deutschland. Die „Und, was gibt's zu essen?“-Kampagne“ soll mit Rezeptinspirationen, Tipps rund um die Beschäftigung von Kindern sowie praktischen Tricks zur einfacheren Organisation des Haushaltes vor allem virtuell zur Normalisierung des Alltags beitragen.

Inspiration aus und für den Alltag

Mit viel Verständnis für die Herausforderungen unterschiedlicher Lebensmodelle, zeigt iglo im neuen Spot verschiedene Situationen, die aktuell jeder kennt: „Wir möchten jeden Einzelnen unterstützen. Nicht jeder ist es gewohnt, drei Mal täglich für ausgewogene Speisen zu sorgen oder die Kids neben Home Office und Haushalt zu beschäftigen. Hier bieten wir mit Rezeptinspirationen und nützlichen Tipps kleine Hilfen für den besonderen Alltag“, so Alfred Jansen.

Integrierte Kampagne in Digital, Social Media und Print

Im Zentrum der Kommunikation steht ein 30-sekündiger TV-Spot, der in erster Linie auf die zusätzlichen Online-Aktivitäten aufmerksam machen soll. Die eigentlichen Inspirations- und



Motivationsquellen finden Verbraucher dann auf den unternehmenseigenen Social Media-Kanälen sowie auf der Website unter <https://www.iglo.de/ernaehrung/und-was-gibts-zu-essen>. Für eine effiziente, integrierte Kampagne wurden die unterschiedlichen Inspirations-Assets für alle Kommunikationskanäle gedacht und individuell aufbereitet. Bild-, Beweg- und Audiomaterial sind damit vielfältig auf allen Kanälen und für alle Zielgruppen optimal einsetzbar. So wird die Kampagne ab KW 15 umfangreich im TV, über Social Media auf Instagram, Facebook sowie YouTube gespielt und durch aufmerksamkeitsstarke PR-Maßnahmen sowie Audiomarketing-Aktivitäten begleitet.

Pressekontakt:

iglo Deutschland
Alfred Jansen / Leiter Unternehmens- & Markenkommunikation
Osterbekstraße 90c, 22083 Hamburg
Tel: +49 (0)40 180 249-202
alfred.jansen@iglo.com